

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang timbul dari Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen serta pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Salwa House kafe. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* sebagai variabel independen, kemudian Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening dan Loyalitas Konsumen sebagai variabel dependen.

Sampel penelitian ini adalah konsumen Salwa House kafe Tembalang sejumlah 104 orang dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan tiga hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 21.0 Berdasarkan hasil dari pengolahan data SEM untuk model yang telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut, nilai *chi-square* = 66,232; *probability* = 0,062; RMSEA = 0,056; CMIN/DF = 1,325; GFI = 0,913; TLI = 0,980; CFI = 0,985; NFI = 0,941; dengan satu kriteria *marginal* yaitu AGFI = 0,864.

Dengan hasil kriteria *goodness of fit* tersebut dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil analisis sem pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif pada kepuasan konsumen dengan persamaan  $KK = 0.405KL + 0.472SA + z_1$ . Dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan persamaan  $LK = 0.847KK + z_2$ . Dan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas Konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebagai variabel penentu keberhasilan dalam menciptakan Loyalitas Konsumen.

Kata kunci :Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*.